Business Craft

convierte tu hobby en tu negocio

LOS 12 ARQUETIPOS DE PERSONALIDAD DE MARCA

Business Craft

ARQUETIPOS

EL INOCENTE

mr. wonderful*

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas optimistas que transmiten honestidad, confianza y fiabilidad, tratando siempre de generar bienestar a los demás. Son marcas soñadoras que inspiran ideales y valores utópicos, con toques de ingenuidad, nostalgia por la infancia y la juventud.

Objetivo: ser feliz

Estrategia y Mensaje:

sus mensajes aluden a la felicidad, amistad, infancia, y optimismo vital, por eso su estrategia está basada en el optimismo.

EL HOMBRE CORRIENTE

arce

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas que no muestran ostentación sino que buscan conexión a través de la empatía, por eso son marcas realistas y sencillas.

Objetivo: dar respuestas realistas a las necesidades y preocupaciones del día a día.

Estrategia y Mensaje:

igualdad de oportunidades para todos, de ahí que sus precios sean asequibles a la mayoría. Su mayor baza es la empatía y el generar confianza.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL EXPLORADOR

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas con una personalidad auténtica, libre,descarada, independiente y atrevida. son marcas que inspiran deseo de libertad, autenticidad, atrevimiento, valentía, ambición, individualismo, descaro e inconformismo.

Objetivo:

descubrir y explorar nuevos retos, experimentar el mundo a su manera, escapar del aburrimiento, reinventarse y sorprender continuamente.

Estrategia y Mensaje:

hay que vivir la vida con plenitud por eso basan su estrategia en el sorprender y experimentar cosas nuevas, o bien, en hacerlas de forma novedosa para diferenciarse del resto.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL SABIO

SUPERYUPPIES

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas que creen en la importancia del conocimiento y del análisis del entorno para entender el mundo. son marcas que inspiran sabiduría.

Objetivo: expandir el conocimiento, posicionándose como referentes de su sector y fuente de información.

Estrategia y Mensaje:

el mundo se entiende a través del análisis de la información, el conocimiento y la investigación inteligente por eso buscan y comparten constante información y conocimiento.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL HÉROE

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas que representan el esfuerzo, el honor, la victoria y la implicación. Tienen una actitud y espíritu de ganador, por ello son marcas que transmiten motivación, esfuerzo, disciplina, triunfo, competencia y valentía.

Objetivo: demostrar su valía a través de actos heroicos, superación de uno mismo, mejorar el mundo y luchar por el bien común.

Estrategia y Mensaje:

el mundo se entiende a través del análisis de la información, el conocimiento y la investigación inteligente por eso buscan y comparten constante información y conocimiento.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL FORAJIDO

YOROKOBU
TAKE A WALK ON THE SLOW SIDE

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas rebeldes que tratan de romper losesquemas de todo lo que sea protocolario.
son marcas innovadoras, extravagantes, irreverentes y rebeldes.

Objetivo: luchar contra los convencionalismos.

Estrategia y Mensaje:

"sé rebelde, las reglas se hicieron para romperse" por eso lo que buscan es romper los esquemas, sacar el lado más salvaje de su público, ser un referente dentro de tribus urbanas que se sienten diferentes al resto pero identificadas con la esencia de este arquetipo.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL MAGO

EXTRAORDINARIA

Actitud (brand attitude) y atributos:

Son marcas imaginativas y carismáticas. Tienen la capacidad de transformar los hábitos de conducta de las personas, por eso son imaginativas, soñadoras, emocionales y muy aspiracionales.

Objetivo: tienen como meta sorprender al público cumpliendo lo que les parecía un sueño o magia.

Estrategia y Mensaje:

“puedo hacer que las cosas sucedan”. son marcasque desarrollan una visión y viven por ella hasta transformar la realidad.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL AMANTE

Actitud (brand attitude) y atributos:

las marcas de este arquetipo son muy pasionales y seductoras, transmiten entusiasmo y deseo de complacer. Es decir, impulsan a vivir la vida con pasión y entusiasmo.

Objetivo: ayudar a las personas a sentirse deseadas.

Estrategia y Mensaje:

"tú lo vales y eres el elegido" por eso su estrategia se basa en comunicar emociones relacionadas con el amor, la autoestima y el deseo. Hacen mucho hincapié en el atractivo físico.

EL BUFÓN

Actitud (brand attitude) y atributos:

es un arquetipo encarnado por marcas frescas y cómicas que muestran una actitud divertida y despreocupada, por ello transmiten humor, optimismo, alegría, irreverencia, descaro, diversión y creatividad.

Objetivo: divertir y hacer pasar un buen rato.

Estrategia y Mensaje:

"sólo se vive una vez así que disfruta al máximo del momento", es por esto que su comunicación es divertida con tono irreverente en ocasiones. Apelan a la espontaneidad y a ver siempre el lado amable y positivo de las cosas.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL CUIDADOR

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas proteccionistas y paternales, por eso sus principales atributos son la generosidad, la compasión, el altruismo, la protección y la cercanía

Objetivo: ayudar y proteger a los demás.

Estrategia y Mensaje:

"amarás a tu prójimo como a ti mismo", por eso constantemente comunican su voluntad de proteger y ayudar a los demás. Transmiten empatía e inspiran tranquilidad, seguridad y confianza.

Business Craft

ARQUETIPOS

EL CREADOR

Actitud (brand attitude) y atributos:

son marcas innovadoras que siempre van un paso por delante. Son todas aquellas que dan a sus usuarios la posibilidad de desarrollar sus propias creaciones a partir de sus productos. También son aquellas que ofrecen productos o diseños originales, con variedad de opciones adaptables a cada tipo de público.

Objetivo: materializar las ideas en hechos y objetos tangibles que permanezcan en el tiempo.

Estrategia y Mensaje:

"si lo puedes imaginar, lo puedes crear". Su estrategia se basa en inspirarnos y ayudarnos a sacar lo mejor de nosotros mismos para convertirlo en realidad. Las marcas que eligen este arquetipo comunican imaginación, creatividad y promueven la libertad de expresión de cada uno.

BusinessCraft

ARQUETIPOS

EL GOBERNANTE

LAURA RIBAS

Actitud (brand attitude) y atributos:

este arquetipo representa a marcas de tipo premium cuyo público tiene un status socioeconómico alto. Sus principales atributos son: responsabilidad, liderazgo, poder, éxito, prosperidad.

Objetivo: crear una comunidad próspera y exitosa.

Estrategia y Mensaje:

"el poder no lo es todo, es lo único". son marcas que se centran en transmitir una percepción de garantía de calidad y estabilidad. Comunican emociones relativas a la pertenencia a una clase privilegiada y de acceso limitado.

Business Craft

convierte tu hobby en tu negocio